PROYECCIÓN PERSONAL A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA

(FOTO + VIDEO + PNL + COACHING)

CRISTINA ROLDÁN

PROYECCIÓN PERSONAL A TRAVÉS DEL AUDIOVISUAL

Este método tiene como finalidad que el coach pueda emplear la fotografía y el video como vehículo acelerador de toma de consciencia del cliente al brindar la oportunidad al cliente de poder calibrarse a si mismo junto al coach.
La fisonomía y la voz del cliente pondrán de manifiesto aquello que el cliente transita respecto al asunto que se esté trabajando.

LA SEMILLA DE LA IDEA

1 Se dice que "una imagen vale más que mil palabras".
Recuerdo estar en un restaurante hace ya unos 20 años con el que entonces era mi pareja.
Llevábamos más de una hora charlando y yo intentaba explicarle de mil formas diferentes cómo me sentía. No conseguía que el comprendiera lo que trataba de explicarle. No había manera, "yo hablaba en griego y el en latín" y para mí era de vital importancia hacerme entender.
Me estaba comunicando de forma directa y honesta.
Cuando él se fue un momento al servicio no sé por qué, sentí la necesidad de retratarme, sentía tanta frustración y tristeza…

Me retraté con el teléfono, volteé el teléfono observé mi rostro y de inmediato comprendí que esa relación estaba llegando a su fin.
Percibir el abatimiento, la tristeza profunda y todo aquello que mostraba mi rostro en aquel momento, hizo que la parte más profunda de mi ser comprendiera que no tenía sentido para ninguno de los dos, continuar con aquella relación de pareja.

Era muy joven (unos 23 años) y aún tarde en finalizar aquella relación pero fue en aquel mismo instante, observando el todo lo que transmitía mi rostro, cuando supe que aquella relación de pareja ya no aportaba nada positivo a nuestras vidas, sino todo lo contrario. Nos nos entendíamos.

2 Hace tres años finalicé mi relación con la pareja con la que mantenía una relación.
Había querido mucho a este chico pero la incomprensión mutua se había acomodado entre nosotros.
Volvía a estar en una situación muy similar a la de 20 años atrás.
Amar a una pareja con quien no te entiendes, con quien no compartes esos "básicos" imprescindibles (a mi modo de ver), para tener una relación de pareja sana, fructífera, funcional para ambas partes.

De nuevo estaba en un restaurante. Esta vez en compañía de un gran amigo.
Estábamos comiendo en los jardines de un maravilloso restaurante.
Tan triste estaba que no era capaz de disfrutar del entorno, ni de la comida, ni de la compañía. Me di cuenta de ello y aunque me esforcé no conseguía "aterrizar" en el momento presente.
Recordé lo sucedido 20 años atrás y volví en esta ocasión a auto retratarme con el teléfono. Me daba "miedo" hacerlo porque seguía queriendo profundamente a este chico pero también sabía que mi rostro no iba a "engañarme".
No quería mirar el auto retrato porque aunque mi parte racional sabía lo que iba a reflejar, a mi corazón le costaba admitirlo, se le hacía difícil "soltar".

Respiré profundo, voltee el teléfono y miré el auto retrato. El retrato "habló", más bien "gritó".

La expresión era tan similar a la de 20 años atrás que comprendí de inmediato que la relación había finalizado. Mi mente lo sabía pero mi corazón se resistía y el retrato me sirvió para hacer entender a mi corazón, de un plumazo, la realidad de la situación.
Podía seguir siendo desleal a mí, pero sabía que no tenía sentido.

Podía tomarme el tiempo que deseara para finalizar la relación, pero mi rostro lo decía alto y claro: "No os entendéis y estás sufriendo por ello, una relación de pareja es algo que tú eliges Cristina, no tiene sentido elegir sufrir. Esta relación ha terminado y lo sabes, tómate el tiempo que necesites pero ya **LO SABES**".
Todo eso me contaba mi rostro en aquel momento.

Mi corazón sintió tanta compasión por mi misma al ver mi autorretrato que fue el impulso que necesitaba para finalizar la relación.

3 En otra ocasión una conocida, (llamémosla María), que había estado durante un largo periodo de tiempo con lo que llaman "hombro congelado" se sometió a cirugía.
Tras la intervención y mientras María aún esta anestesiada en quirófano, el anestesista grabó un video con su teléfono de cómo movían el hombro de María en todas direcciones para comprobar la perfecta movilidad de la articulación tras la intervención.
Al día siguiente el anestesista envió la grabación a María y le dijo. "Tu hombro puede hacer todos los movimientos, la funcionalidad de tu hombro es absoluta, quiero que puedas verlo para que seas consciente de ello".

María me dijo que el video le había resultado de vital importancia pues comprendió nada más verlo, que todos aquellos movimientos que su hombro no había podido realizar durante meses ya eran viables.
El visionado de su hombro en movimiento rompió de un plumazo todas las limitaciones mentales que ella tenía acerca de la funcionalidad de su hombro. Limitaciones que habían sido físicas antes de la cirugía, pero que ya no tenían sentido pues la cirugía había eliminado las limitaciones físicas.

El video eliminó las limitaciones mentales que tras casi un año de inhabilitación física habían ido forjándose y aún permanecían hasta el visionado. Los miedos y limitaciones desaparecieron y tuvo una pronta rehabilitación.

Al hablarme María de cómo el video de su hombro había ayudado tanto y de forma inmediata a su mente a eliminar esas limitaciones recordé los otros dos sucesos con mi autorretrato, con el reflejo tangible de mi estado emocional y mi mente comenzó a atar cabos y a relacionar todo lo aprendido en PNL y coaching generativo con lo que considero una poderosa herramienta, el visionado y calibración de tu propia fisonomía.

Consideraciones previas:
Estas herramientas, como cualquier otra, han de emplearse en aquellos casos y situaciones en las que sean de beneficio para el cliente.

Los clientes siempre habrán de estar de acuerdo y sentirse cómodos con la idea de ser retratados y o filmados.

Las fotografías que se pide al cliente que traigan deberán ser, en la medida de lo posible, en formato analógico.
Muchas de las técnicas podrán realizarse con imágenes digitales, otros movimientos de las mismas no, pues implican poder sostener, quemar, lanzar las imágenes, por lo tanto siempre que sea posible, se trabajara con formatos analógicos en lo que a las fotografías que el cliente habrá de traer se refiere.

Los retratos y o grabaciones que se realicen del cliente, podrán ser en formato digital.
Si se dispone de una cámara instantánea de fotos, el cliente podrá llevarse consigo, si el coach así lo considera oportuno, retratos de si mismo para poder observarlos y de este modo reforzar aquello que deseemos reforzar al observar los retratos de si mismo.

Sería interesante que, entre otros, el cliente pudiera llevarse consigo retratos de si mismo de estos tres momentos:

- El retrato de inicio de sesión o cómo llega el cliente a la sesión.
- El retrato realizado inmediatamente después de entrar en ondas Alfa. O cómo su fisonomía cambia al estar en ondas alfa. (O Modo Alfa como me gusta llamarlo).
- El retrato realizado al finalizar la sesión, o cómo se va tras la sesión.

1 RETRATAR AL CLIENTE Y/O GRABAR AL CLIENTE AL LLEGAR A CONSULTA Y RETRATARLO Y/O GRABARLO DE NUEVO TRAS LA RELAJACIÓN QUE LO LLEVE A ENTRAR EN ONDAS ALFA.

Antes de comenzar la sesión se retrata y/o graba al cliente. Uno de los retratos será un plano corto y ese retrato sirve para que, tanto el coach como el cliente, puedan calibrar cómo llega el cliente a consulta. Su expresión facial y corporal así como el tono, timbre, volumen, ritmo, cadencia de su voz.

Tras la relajación que lleve al cliente a entrar en ondas Alfa con éxito, se vuelve a retratar y/o grabar al cliente. Quedará de manifiesto el beneficio de estar en ondas alfa que se manifiesta en el cambio en su corporalidad, expresividad o tono de voz.

La Comparativa de ambos retratos y/o grabaciones revelará la importancia de llevar al cerebro a entrar en ondas Alfa (actividad eléctrica sincrónica y coherente), a través de sencillas técnicas de relajación, de respiración, la visualización y el modelo somático elegido.

Esta sencilla dinámica permitirá al Coach y al cliente calibrar el beneficio de entrar en ondas Alfa, y por lo tanto, que el cliente tome consciencia de la importancia de la relajación, respiración y conexión con uno mismo.

El cliente aprenderá a entrar en "Modo Alfa" y obtendrá la técnica para poder aplicarla siempre que lo desee.

Al finalizar la sesión se realizará el último retrato. De este modo el cliente podrá ver su retrato nada más llegar, después de entrar en modo alfa y al abandonar la sesión, visionado que podrá facilitarle la toma de consciencia de su propio poder para dirigir su estado del modo que le resulte más funcional.

2 RETRATAR Y/O GRABAR AL CLIENTE MIENTRAS TRANSITA DIFERENTES ESTADOS EMOCIONALES DURANTE LA SESIÓN.

Durante la sesión de coaching o terapia elegida el cliente transita diferentes estados emocionales. Retratando y/o grabando al cliente, éste podrá comprobar por si mismo cómo los diferentes estados emocionales se ven reflejados en su rostro, corporalidad y en su voz.

Al observar los retratos o grabación junto al Coach, el cliente tomará consciencia de cómo el modo de relacionarse o aproximarse a ciertas situaciones, relaciones personales, sucesos o pensamientos (que se traten durante la sesión), afectan o impactan en su sistema y si es funcional o no para él.

Al poder observarse podrá realizar junto al coach la calibración de si mismo. Esto le servirá para comprender cómo está él, a día de hoy, respecto a dichos sucesos, situaciones, relaciones o pensamientos.

3 DUELO

En las ocasiones en las que el cliente esté transitando un duelo,
Se pedirá al cliente que traiga una imagen analógica del sujeto que ya no forma parte de su vida.

No será lo mismo trabajar con un "ex lo que sea" que con un duelo por deceso, las características del retrato se determinarán en función de la emocionalidad que el coach busque encontrar en el cliente al observar el retrato.

El retrato traído por el cliente podrá quemarse, guardarse, enmarcarse y ser colgado, ser pisado por el cliente, ser besado, encerrado en una caja…dependerá de cada caso y qué se considere oportuno generar en el cliente.

Se retrata y/o graba al cliente mientras observa el retrato para que este pueda calibrar su emocionalidad respecto al duelo.

Esta dinámica pondrá de manifiesto la emocionalidad actual del cliente en referencia a ese duelo, información relevante tanto para la toma de consciencia del cliente como para el coach o el terapeuta.

Si el cliente no tiene un retrato de la persona acerca de la que se trata el duelo en su oficina o en su hogar, y el coach considera funcional que si lo tenga, se sugerirá al cliente que busque y enmarque un retrato de la persona que ya no forma parte de su vida física y lo coloque en un lugar en el que le guste tenerlo. El visionado del retrato ha de generar una emocionalidad y pensamiento funcional para el cliente.

Además, si el coach lo considera pertinente, se pedirá al cliente que (bien en consulta o bien en la intimidad de su hogar) hable con la persona observando su retrato. Que retome la relación (si es que la había "cortado" con la esencia de esa persona que forma parte de su vida, aunque ya no esté físicamente en este plano, haciendo entender de este modo al cliente que esa persona siempre podrá, si el cliente lo desea, formar parte de su vida.

4 VALORES Y CREENCIAS

Se pedirá al cliente que traiga consigo los retratos analógicos de esas personas (de su entorno o no, persona real o personaje de ficción) por las que el cliente sienta admiración y aquellas personas o personajes (de su entorno o no, persona real o personaje de ficción) por las que el cliente siente animadversión o rechazo.

Persona o personaje al que admira: Al observarlas junto con el Coach, el cliente indicará qué es lo que admira de esa persona o personaje, cómo le hace sentir el observar y pensar en el sujeto. Se extraerán todas las submodalidades de ese sentimiento que el sujeto o personaje despierta en el cliente.

El cliente elicitará todas aquellas cualidades o características que admira en el sujeto o personaje. A partir de aquí podemos extraer junto al cliente la equivalencia compleja de esas cualidades que admira, así como la jerarquización de las cualidades o valores elicitadas.
A partir de esos valores y a través de las preguntas pertinentes pasaremos a extraer las creencias del cliente.

Durante el proceso se retratará y/o grabará al cliente para que Coach y cliente puedan calibrar juntos al cliente, durante el visionado del personaje o persona admirado.

Persona o personaje por el que siente animadversión: El mismo proceso se llevará a cabo con las personas o personajes de ficción, que despiertan animadversión o rechazo en el cliente; permitiéndonos esto trabajar el ángulo opuesto de la misma herramienta, se trabajará en este caso ese sentimiento no funcional que el cliente siente por dicha persona o personaje.

A través de este ejercicio podremos elicitar valores, equivalencias y creencias del cliente así como estados emocionales funcionales y no funcionales para poder trabajar con está información en aquello que sea pertinente.

5 NIÑO INTERIOR

Pediremos al cliente que traiga una fotografía analógica de el mismo en su infancia. El retrato ha de mostrar al cliente feliz, inocente, preferiblemente un retrato en el que no sea mayor de los 7 años.

Pediremos al cliente que observe su retrato de infancia y describa qué le hace sentir, pediremos al cliente que escuche a ese niño lleno de sueños e ilusiones y que nos vaya contando qué dice ese niño. Ese niño es sabio, es puro, no está condicionado por las exigencias de la vida adulta y sueña sin límites.

6 ETAPAS VITALES. INFANCIA, ADOLESCENCIA, JUVENTUD. …

Se pedirá al cliente que traiga consigo fotografías en formato analógico de las diferentes etapas de su vida. No se darán más directrices que la de indicar las franjas de edad de las que se requiere una fotografía. (Las que el cliente escoja).

Si aparece solo o no en las imágenes, en qué tipo de entornos, en qué tipo de situaciones… Será la elección del cliente quién marque la elección de las fotografías.

Durante la sesión se realizará el visionado de las distintas imágenes que el cliente haya traído. Mientras las observa y se sumerge en esa franja "espacio-temporal-emocional" el cliente será fotografiado y/o grabado permitiendo de este modo que él mismo calibre su emocionalidad, corporalidad, expresión y cualidades de la voz durante las mismas pudiendo de este modo evaluar cómo se siente el cliente respecto a las diferentes etapas de su vida.

La propia selección de imágenes y el criterio para seleccionarlas, (acompañado o no, entorno, emoción reflejada en la imagen y estado emocional al que le traslada) brindará importante información al Coach o terapeuta y al cliente acerca de la relación del mismo acerca de dicha etapa de su vida.

Podremos además hacer que el cliente tome una a una las fotografías y vaya apilándolas sobre su corazón, tomando consciencia de como puede acoger desde el presente, a su yo bebé, niño, adolescente…

7 S.A.R.. REVELANDO DÓNDE TIENE PUESTA LA ATENCIÓN EL CLIENTE.

Entre sesión y sesión el Coach o el terapeuta encargará al cliente que realice fotografías de aquello que desee. No se le darán más indicaciones al cliente dejando de este modo libertad al cliente y no condicionándolo para que traiga imágenes de aquello que decida en su vida diaria.

Coach o terapeuta de forma conjunta al cliente, visualizarán las imágenes que el cliente haya realizado. Observaremos de este modo qué ha atraído, importado, llamado la atención del cliente y la emocionalidad que las imágenes despiertan durante el visionado de las mismas.

Podemos además, retratar y o grabar al cliente mientras las visualiza para que le sea más sencillo calibrar la emocionalidad que transita al visualizar las imágenes que ha realizado y hablar de las mismas.

Este ejercicio servirá para tomar consciencia de dónde pone la atención el cliente y cómo le hace sentir.

8 S.A.R. DIRIGIDO POR EL COACH O TERAPEUTA

Entre sesión y sesión el Coach o el terapeuta encargará al cliente que realice fotografías de aquello que le agrade. Todo aquello que le haga sentir de un modo placentero y/o traiga consigo una emocionalidad funcional.

Coach o terapeuta de forma conjunta al cliente, visualizarán las imágenes que el cliente haya realizado. Observaremos de este modo qué ha atraído, importado, llamado la atención del cliente de forma "positiva" y la emocionalidad que las imágenes despiertan durante el visionado de las mismas.

Podemos además, retratar y o grabar al cliente mientras las visualiza para que le sea más sencillo calibrar cómo la emocionalidad que transita al visualizar las imágenes que ha realizado y hablar de las mismas.

El cliente podrá calibrar cómo centrar su atención en aquellos o aquello que le agrada, gusta o interesa afecta a su emocionalidad y estado de ánimo y de qué modo.

Este mismo ejercicio se puede realizar a la inversa, es decir, pidiendo al cliente que realice , entre sesión y sesión, fotografías de aquello que le disgusta, enfada o contraría.

El cliente podrá calibrar cómo centrar su atención en aquello o aquellos que no le agrada, no le gusta o le contraría afecta a su emocionalidad y estado de ánimo y de qué modo.

Esta información servirá al coach o terapeuta tanto como al cliente para valorar qué o quienes y por qué agrada o desagrada al cliente y cómo le hace sentir o estar el centrarse en aquello que es de su agrado, o de su desagrado sirviendo esta información para trabajar todo aquello que el Coach o terapeuta consideren afecta al cliente de forma no funcional y potenciar aquello que afecta al cliente de forma funcional.

Además también servirá para que el cliente tome consciencia de la diferencia entre poner atención en aquello que le provoca bienestar o desasosiego, analizar junto al Coach o terapeuta por qué dichos aspectos, situaciones o personas provocan en el cliente dicha emocionalidad o estado.

9 EMOCIONES

Durante la sesión y/o entre sesión y sesión, cliente y coach o terapeuta realizarán tomas fotográficas que representen o despierten en ellos una emoción o valor determinado. El valor o emoción será elegido por el coach. ¿Qué imágenes has encontrado que representen o transmitan la alegría para ti?, ¿la serenidad?, ¿el gozo?, ¿la tristeza?…

El visionado se realizará de forma conjunta, pudiendo de este modo tomar consciencia de como dicho sustantivo abstracto, tiene múltiples acepciones y expresiones y cómo cada quien vive y siente y percibe de modo diferente cada emoción o valor (fraternidad, amor, amistad) siendo todas las percepciones válidas e individuales y cómo dicha diversidad amplia si lo deseamos nuestro horizonte mental y emocional brindándonos de este modo una mayor comprensión del otro, mayor empatía, y ampliación del horizonte o mapa mental.

Podemos además, retratar y o grabar al cliente mientras las visualiza para que le sea más sencillo calibrar la emocionalidad que transita al visualizar las imágenes y hablar de las mismas.

10 PERCEPCIÓN. PUNTOS DE VISTA. AMPLIACIÓN DEL MAPA MENTAL.

Durante la sesión y/o entre sesiones, Coach o terapeuta y cliente realizarán tomas fotográficas (de forma individual) de un mismo objeto, de una misma persona, de un mismo animal o de un mismo espacio. La única directriz del coach será el objeto a retratar.

Al observar las tomas de forma conjunta las imágenes resultantes diferentes, pues son dos personas, dos seres únicos, quienes realizan las fotografías.

Quedará de manifiesto cómo nuestra forma de mirar y filtrar el mundo dibuja nuestra realidad y cómo el ángulo personal resalta una u otra característica del objeto o persona siendo este el mismo para ambos "fotógrafos", (cliente y coach), la toma fotográfica resultará diferente.
Perspectivas, ángulos, mirada apreciativa o no del objeto y/o sujeto, hacen que percibamos distintos aspectos de una misma persona, objeto o situación.

Esta dinámica servirá para tomar consciencia de eso que siempre se dice y que es de una profundidad asombrosa. "La belleza está en los ojos del que mira" o como cada situación, objeto o persona pueden percibirse de modo diverso decidiendo con nuestro modo de mirar o perspectiva o puto de vista, qué "esencia", aspecto o ángulo extraemos de cada persona, objeto, situación…

El cliente tomará consciencia de cómo la realidad de cada quien es su propio "constructo" mental condicionado por su forma de mirar y la "amplitud" de su mirada.
El objeto del ejercicio es comprender cómo se puede extraer una visión múltiple de las situaciones, personas, objetos… y todas son válidas, siendo la mirada más amplia, y constructiva la que nos permite desenvolvernos del modo más funcional posible y resolver las situaciones o afrontar las relaciones del modo más satisfactorio posible al contemplar cada ángulo o aspecto de los mismos y cómo siempre se puede extraer lo valioso de cada relación o situación.

11 VISONADO DE FOTOGRAFÍAS SELECCONADAS POR EL COAHC.

Durante la sesión el cliente observará imágenes seleccionadas por el coach o terapeuta. Mientras las observa, el cliente describirá qué observa en las imágenes, qué estados emocionales transita al visualizar cada una de ellas, cómo le hace sentir el observar qué imágenes.

El visionado, y la calibración del cliente por parte del coach o terapeuta así como la descripción que él mismo realiza de las imágenes brindará valiosa información al coach o terapeuta acerca del estado emocional del cliente, su posición del ser, sus valores y creencias, su mapa mental, su S.A.R…

Podemos además, retratar y o grabar al cliente mientras las visualiza para que le sea más sencillo calibrar la emocionalidad que transita al visualizar las imágenes y hablar de las mismas.

12 RECURSOS

Pediremos al cliente que traiga fotografías que evoquen en él momentos en los que se sintió resolutivo, sereno, triunfal, en armonía.

El visionado en este caso servirá al cliente para tomar consciencia de los recursos que ya tiene y a empleado con anterioridad y cómo puede extrapolarlos a otras áreas e su vida. Las imágenes pueden ser explícitas (alguien en un podio con un trofeo tras haber ganado una competición o concurso) como imágenes evocativas que traigan al cliente a ese “estado recursivo” que transitó en momentos de su vida y cómo ese recuerdo le hace sentir. Extraeremos todas las submodalidades del momento, experiencia o “estado recursivo” (situaciones, momentos o estados en los que el cliente hizo uso de ciertos recursos).

Este ejercicio puede realizarse en modo inverso, es decir, visualizando momentos, situaciones o tránsitos en los que el cliente no supo cómo resolver o transitar de modo satisfactorio para él y descubrir qué recursos le hubieran sido de utilidad para ello.

Podremos a partir del ejercicio, elicitar recursos que ya tiene así como recursos que le gustaría cultivar (serenidad, flexibilidad, tolerancia, respeto, enfoque…).

Podemos además, retratar y/o grabar al cliente mientras las visualiza para que le sea más sencillo calibrar la emocionalidad que transita al visualizar las imágenes y hablar de las mismas.

13 ARQUETIPOS DEL CLIENTE O FACETAS DE LA PERSONALIDAD DEL CLIENTE.

Pediremos al cliente que traiga imágenes (fotografías, dibujos…) que representen para él diferentes aspectos de su personalidad, imágenes de personas (puede ser el mismo, un personaje real o de ficción, un personaje inventado… una vez en sesión un cliente me dijo que su arquetipo creador o soñador para el era una nube con piernas y brazos… todo vale si para el cliente esa imagen representa ese ángulo de su personalidad).
Imágenes de “personajes” que para el representen su aspecto o modo tierno, su aspecto modo triste, enfadado, sereno, los aspectos de su personalidad que le agraden y los que no le agraden tanto… También ha de traer un retrato de si mismo que para él, le represente en estado de serenidad, templanza, sabiduría.

Nombraremos junto al cliente cada uno de los estados o facetas de su persona y los colocaremos frente a él para que pueda visualizarlos todos al mismo tiempo. En el centro y en tamaño mayor colocaremos un retrato del cliente en el que se sienta pleno, sereno, seguro, confiado, en un estado de calma y recursividad, “el jefe del clan”. “El rey del reino”. Si el retrato central del cliente es de mayor tamaño, tanto mejor.

El visionado ayudará al cliente a tomar consciencia de muchos de los aspectos de su personalidad y cómo todos estos ángulos o aspectos de su personalidad pueden estar perfectamente “gobernados” y acogidos por el jefe del clan, por el rey, por su SER que engloba todos estos aspectos de la personalidad o personajes que habitan y que es mucho más que eso. Explicaremos al cliente como su comportamiento no le define. Que su SER es mucho más que su comportamiento y trabajaremos la integración y “gobierno” de todos los ángulos de su personalidad. Acogeremos esos ángulos y sentiremos el poder interno de acogerlos y regirlos.

Podemos además, retratar y/o gravar al cliente mientras las visualiza para que le sea más sencillo calibrar la emocionalidad que transita al visualizar las imágenes y hablar de las mismas.

14 ¿QUÉ SE PERCIBE DE MI? ¿QUÉ VEN LOS DEMÁS EN MI?

Cuando dos personas retratan a una misma persona en un mismo momento cada fotógrafo o pintor ve de modo distinto al retratado.

Trabajando en grupo, se elegirá a uno de los sujetos y el resto le retratarán de forma simultánea. Se pedirá a los compañeros que van a retratarle que resalten aquello que más les guste del sujeto, buscando esa cualidad o aspecto que el retratado transmite para ellos.

Durante el visionado de los retratos se pondrá de manifiesto como no es la persona sino la forma de percibirla de cada quien, lo que hace que se perciban o resalten unos u otros aspectos de él, (podrán realizarse planos generales, planos detalle… probablemente cada quién pondrá atención en diferentes partes de la fisonomía del sujeto).

El sujeto retratado recibirá el feedback de los compañeros que le han retratado que le contarán qué partes le gustan de él o que cosas bellas perciben de él.
¿Qué ven los demás en mí?. ¿Qué transmito o emito?.

Este ejercicio pondrá de manifiesto la unicidad de la mirada de cada sujeto y revelará al sujeto retratado aspectos de él mismo de los que quizás no era consciente.

15 ASUNTOS QUE NUESTRA ALMA YA CONOCE PERO NUESTRO SISTEMA NO HA INTEGRADO

En situaciones en las que el cliente sea consciente de

16 AUTORETRATO

El autorretrato es una potente herramienta de proyección.
Autorretratarse tiene un aspecto introspectivo y de autoconocimiento a la par que un aspecto de atreverse a exponerse si ese autorretrato es mostrado a otros. Según el Coach considere oportuno, pedirá al cliente que auto retrate los diferentes personajes que en él habitan o diferentes arquetipos, reforzando aquellos que considere oportuno, ya sea un auto retrato que muestre la sensualidad del cliente, su valentía, su fortaleza… o cualquier otro ángulo que muestre el recurso oportuno para cada caso.
Coach y cliente observarán de modo conjunto los autorretratos que el Coach haya solicitado al cliente que realice. Esto servirá para que al cliente le sea más sencillo tomar consciencia de todo aquello que es, todo aquello que puede potenciar si lo desea.
Podrán y deberán emplearse vestuarios o disfraces acordes a la necesidad del retrato o autorretrato.
El coach (en este caso Cristina Roldán que es también fotógrafa desde hace más de 20 años) podrá también retratar al cliente, resaltando todo aquello que desee potenciar o hacer consciente en el cliente. Podrán y deberán emplearse vestuarios o disfraces acordes a la necesidad del retrato o autorretrato.

De este modo el cliente también verá lo que el Coach-fotógrafo, ve en él. Esa belleza, dulzura, fortaleza, valentía, serenidad… aquello que sea menester en cada caso y cada cliente.

17 COLLAGE

Empleando el collage el cliente podrá sustituir el rostro de aquellos personajes que admire, por el del cliente. Habrá de ser el cliente quien busque y consiga esas imágenes y quien realice el collage.

Esto colocará visualmente al cliente en aquella posición que admira o respeta, (sustituir la cara de Superman por la del cliente por poner un ejemplo), siendo este un modo rápido y analógico de visualizarse como ese avatar que admira, encarnándolo en papel.

Al observar el collage de modo conjunto al Coach, el cliente podrá verbalizar cómo le hace sentir “encarnar” dicho personaje. Qué pasa por su mente, corazón y entrañas al verse encarnando ese avatar.

Empleando el collage el cliente podrá sustituir el rostro de aquellos personajes q por los que sienta animadversión, por el del cliente. Habrá de ser el cliente quien busque y consiga esas imágenes y quien realice el collage.

Al observarse el cliente, encarnando en papel a aquel personaje o persona por la que siente animadversión, podremos trabajar desde una posición más comprensiva y compasiva esa relación interna no funcional que sostiene con dicha persona o personaje de forma conjunta cliente y coach recorrerán las emociones y sensaciones que transiten en la mente, corazón y entrañas del cliente al observarse encarnando en papel dicho personaje o persona.

2023 05 26
26 de mayo de 2023